

Секция «Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Влияние ведущего на имидж телеканала

Научный руководитель – Мириманов Дмитрий Александрович

Соллертинская Виктория Евгеньевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

E-mail: vika.sollertinskaya@mail.ru

Ведущий является важным звеном в процессе телевизионного производства, так как именно его зритель непосредственно видит на экране. Он наделён значительным количеством функций [1], среди которых – информационная функция – непосредственное информирование аудитории; коммуникативная функция – установление контакта со зрителем, вовлечение его в происходящее посредством использования психологических приёмов и трюков [3]. Здесь же стоит отметить социализирующую функцию телеведущего, который ответственен за распространение определённых ценностей, социальных норм и поведенческих установок, что способствует социализации индивида, его вхождению в состав общества. Выделяется также языковая функция, по которой ведущий определяет языковой облик своей передачи и влияет на уровень языковой культуры общества; и рекреационная, когда действующее на экране лицо способствует развлечению и отдыху аудитории. Кроме того, в тележурналистике существует принцип персонализации, что проявляется в доверии зрителей к знакомым и популярным ведущим [2].

Для осуществления всех указанных функций и выполнения соответствующих им задач телеведущий должен соответствовать ряду требований, среди которых хорошая дикция и грамотная речь, гармония во внешности и стиле, высокий уровень эрудиции, выразительность жестов и мимики, а также креативность.

Именно грамотное сочетание всех указанных параметров может сформировать яркий и запоминающийся телевизионный имидж. Имидж – это амплуа, образ, созданный с определённой целью и редактируемый в соответствии с целями его обладателя. При этом, несмотря на некоторую искусственность, имидж должен не вступать в конфронтацию с внешностью или чертами личности телеведущего, а дополнять их и улучшать.

В ходе исследования был рассмотрен экранный образ ведущей программы «Время» Екатерины Андреевой. Её имидж был определён как строгий, официальный, то есть – «идеальный», что в полной мере соответствует политике Первого канала. Об успешности созданного имиджа свидетельствуют и результаты поискового запроса, который определил «лицом» Первого канала именно Екатерину Андрееву.

Были рассмотрены образы таких популярных телеведущих, как Андрей Малахов («Привет Андрей», «Сегодня вечером», «Песни от всей души») и Леонид Якубович («Поле Чудес»). Образ последнего остаётся неизменным на протяжении многих лет, что можно объяснить спецификой Первого канала. В одежде преобладает строгий официальный стиль, а свободная манера общения определяется развлекательной направленностью программы. Ведущий Телеканала Россия Андрей Малахов часто меняет имидж в зависимости от тематики передачи – тяжёлые социальные темы или развлекательно-музыкальная направленность.

Таким образом, имидж ведущего непосредственно связан со спецификой как программы (информационная или развлекательная), так и всего телеканала (федеральный, общетематический, нишевой и др.). Благодаря правильно подобранному имиджу аудитория

запоминает ведущего, выделяет его из общей массы телевизионных лиц и, следовательно, приносит ему популярность. При этом отношение – положительное, нейтральное или негативное, испытываемое зрителем к телеведущему, распространяется не только на него как на личность, но и на всю телекомпанию, которую он представляет.

Источники и литература

- 1) Крикунова Ю. А. Социализация личности ведущего: теоретико-методологические подходы // Вестник СамГУ. 2008. №1(60). С. 240
- 2) Перипечина Г. В. Популярность телеведущего: как просчитать закономерность? // Вестник Московского университета. Серия журналистика. 2009. № 4. С. 40
- 3) Шепель В. М. Имиджелогия: учебное пособие // В. М. Шепель. М.: Народное образование, 2002. С. 70